Zeitschrift: Oltner Neujahrsblätter
Herausgeber: Akademia Olten
Band: 48 (1990)

Artikel: 100 Jahre Publicitas : leistungsstark und kompetent
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-659509

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

100 Jahre Publicitas

Leistungsstark und kompetent

Eingang ins «Publicitas-Haus in Olten mit der beliebten «Zeitungsstrasse für Schnell-Leser

Eine Hundertjahrfeier ist stets ein Markstein in der Geschichte eines Unternehmens. Eine so grosse Zeitspanne ist zugleich Ausdruck von Erfahrung und Kontinuität. Die Publicitas mit Hauptsitz in Lausanne und seit 70 Jahren mit einer Filiale in Olten präsent darf dieses Jubiläum feiern. Grund genug, über dieses Schweizer Unternehmen zu berichten. Dabei soll es nicht nur um «Geschichte» gehen, sondern Zukunftsaspekte deutlich anklingen, die sich für diese Unternehmensgruppe als Mittler zwischen Presse und Inserent stellen.

Die Geschichte der Publicitas in Olten begann 1920. Unter der Leitung von E. Wöhrle nahmen sechs Angestellte in drei Büros an der Kirchgasse ihre Tätigkeit auf. Später erfolgte der Umzug an die Ringstrasse, bis dann Mitte Oktober 1964 der Neubau Baslerstrasse 44 bezogen werden konnte. Heute gehört das «Publicitas-Haus» zum Oltner Stadtbild. Über 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter identifizieren sich mit der Unternehmensphilosophie – wie sie der Mittlerrolle zwischen Inserent und Zeitungsverlag zugrunde liegt. Die personelle Entwicklung gibt aber auch Zeugnis von der Dynamik und der Bedeutung der Filiale Olten, die sich in der wirtschaftlich so bedeutenden Region Olten/Zofingen einen grossen Kundenkreis aufbaute.

Historische Rückblende

100 Jahre Publicitas Schweiz – das gibt Berechtigung, die geschichtlichen Wurzeln freizulegen. Vor 200 Jahren wurde das Inseratenwesen von der Redaktion der Zeitung betreut, neben der redaktionellen Funktion. Mit der wachsenden Bedeutung kam auch die Notwendigkeit einer Abtrennung und organisatorischen Verselbständigung: Die Inseratenabteilung war geboren. Der nächste historische Schritt und zugleich der Grundstein für die Entstehung der Annoncen-Expeditionen war die Ausgliederung des Inseratengeschäftes und dessen Übertragung an Dritte.

Das Prinzip, sich für die Vermittlung von Inseraten bestimmter Institutionen zu bedienen, lässt sich schon gegen Ende des 18. Jahrhunderts feststellen.

Die Postverwaltung – klassischer Vorläufer der Werbegesellschaften

In den Anfängen nimmt die Postverwaltung mit ihrem weitgespannten Amtsstellennetz die Vermittlungs-

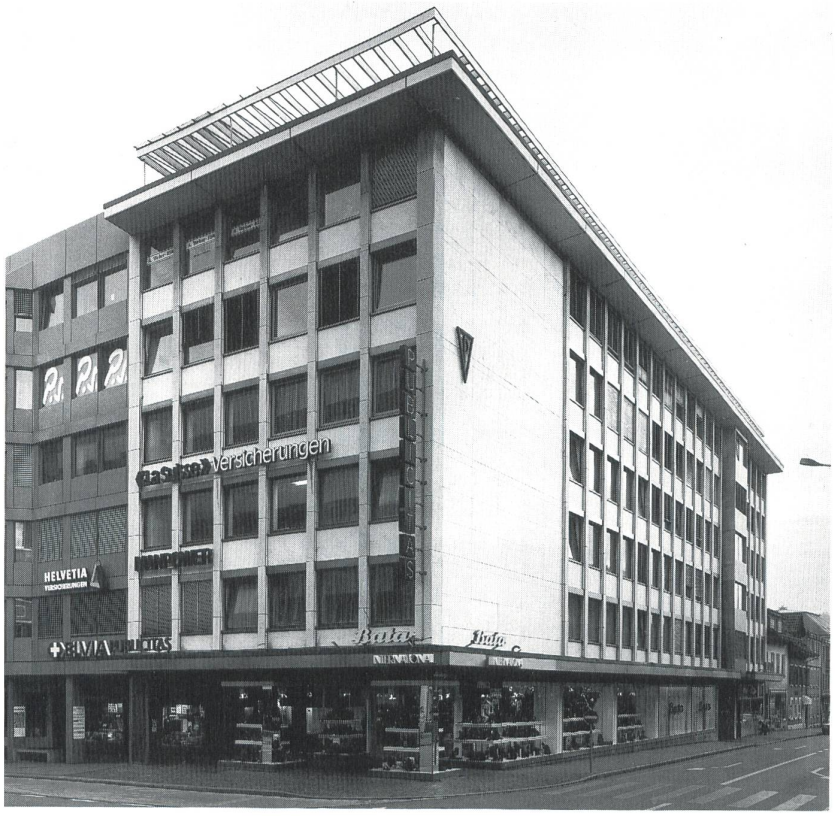
funktion im Inseratengewerbe ein. Gleichzeitig entwickeln sich daneben Büros als zentrale Vermittlungsstellen. In Deutschland machte die 1855 in Hamburg-Altona gegründete, später unter dem Namen «Insertionsagentur Haasenstein & Vogler» in die Geschichte eingehende Annoncen-Expedition den Anfang. Ihr folgte eine förmliche Gründerwelle, z.B. 1867 in Berlin das «Rudolf-Mosse-Annoncen-Büro».

Von Anfang an stand die Entwicklung der schweizerischen Annoncen-Expeditionen unter starkem Einfluss der deutschen Firmen. Die erste Niederlassung von Haasenstein & Vogler fällt ins Jahr 1868, worauf in kurzer Folge Filialen in Zürich, Genf und Bern folgten. Mit der ständigen Erweiterung des Filialnetzes konnte diese Firma ihre Position im Schweizer Markt sehr bald festigen. 1883 begann sich aber das Blatt zu wenden: Die Basler Niederlassung wurde mit den anderen Filialen in eine schweizerische Gesellschaft zusammengeschlossen und 1890 in eine Aktiengesellschaft «Société Anonyme de l'Agence de Publicité Haasenstein u. Vogler» (seit 1917: Publicitas AG, damalige Telegramm-Adresse) mit schweizerischem Kapital umgewandelt. Damit begann die Erfolgsgeschichte des «Schweizer Wunders», wie öfters die Publicitas-Story tituliert wird.

Im Dienste der Inserenten

Die Schweiz ist das zeitungsreichste Land der Welt. Damit bieten sich auch ungezählte Werbeträger an. Jedes Blatt hat seinen eigenen Leserkreis, der sich nach Alter, politischer Einstellung, Kaufkraft, Siedlungsart, Wohngebiet, Sprache, Konfession usw. unterscheidet. Dazu kommen die Eigenarten unseres Landes: 4 Sprachgebiete, 23 Kantone, ein Drittel der Totalbevölkerung

Der im Oktober 1964 bezogene Neubau an der Baslerstrasse 44



Die Publicitas-Niederlassung in Olten liegt in einem wirtschaftlich ausserordentlich bedeutsamen Teil der Schweiz. Mit seinen 6,25 Milliarden Franken Konsumvolumen und 80 000 Menschen im Raum Olten/Zofingen nimmt diese Region gesamtschweizerisch, als Drehscheibe Europas, einen wichtigen Platz ein. Damit ist auch der Rahmen gesteckt, indem sich die «P» Olten seit 70 Jahren für Inserenten und Verleger engagiert – als Mittler zwischen Auftraggeber und Werbeträger. Die vielfältige Medienlandschaft der Schweiz setzt immer mehr fachliches Wissen, Erfahrung und Kompetenz voraus, um eine Werbebotschaft in geeigneter Weise an das Zielpublikum heranzutragen. Das für viele Auftraggeber unübersichtliche und klippenreiche Medienfeld ist «unser tägliches Brot». Damit sind wir kompetente Gesprächspartner mit der nötigen Erfahrung.

Das beinhaltet aber für unsere Mitarbeiter und Kundenberater ständige Schulung und Weiterbildung.

Wir werden uns auch in Zukunft mit Engagement den Herausforderungen des Marktes stellen und der zuverlässige Partner für unseren grossen Kundenkreis bleiben. Mit Zuversicht gehen wir ins nächste Publicitas-Jahrhundert.

Rolf Bleichenbacher
Direktor Publicitas Olten

wohnt in 5 Grossstädten und deren Agglomerationen, über die Hälfte in ausgesprochen ländlichen Gebieten. Dem Werbetreibenden ist es unmöglich, sich in dieser Vielfalt auszukennen. Andrerseits ist die Berücksichtigung dieser Fakten Voraussetzung, dass eine Werbebotschaft ihr Zielpublikum erreicht. Hier kommen die Leistungen der Publicitas zum Tragen. Seit 100 Jahren steht sie im Dienste des Inserates und des Inserenten. Damals schon entstand das Bedürfnis nach einer Stelle, die neutral über Auflage, Leserstruktur, Erscheinungsweise, Verbreitung, Preise usw. der verschiedensten Insertionsorgane Auskunft geben kann. Heute ist diese Dienstleistung der Publicitas aus dem Wirtschaftsleben nicht mehr wegzudenken.

Publicitas dokumentiert

Über sämtliche Zeitungen und Zeitschriften der Schweiz und des Auslandes werden laufend Mediadaten gesammelt und systematisch ausgewertet. Was für den Inserenten bedeutungsvoll ist, wird in der Dokumentation vermerkt, z.B. Tarife, Zuschläge, Farbpreise, Rabatte, Abschlusshöhen, Umsatzprämien, Erscheinungsweise, Annahmetermine, technische Details, Rubriken und Spezialbeilagen, politische Tendenz, Auflage, Abonnemente, Einzelverkauf, Inseraten-Pools usw.

Wichtig: Kompetente Beratung

All diese Informationen sind für viele «Benützer» wie ein Buch mit sieben Siegeln. Deshalb arbeitet die Publicitas Exposés für Werbeaktionen aus, macht Kostenberechnungen und erstellt Insertionspläne. Spezialabteilungen stehen zur Verfügung, wenn es darum geht, die geeigneten Werbeträger auszuwählen, Deckungs- und Reichweitenberechnungen anzustellen und die

Kompetente Kundenberatung wird bei Publicitas ganz gross geschrieben.

Der Empfang ist auf regen Kundenkontakt eingestellt: Offen, praktisch und leicht erreichbar.

Kosten zu budgetieren. Es liegt auf der Hand: Hier sind kompetente Berater gefragt und ein enges Zusammenarbeiten notwendig.

Administrative Arbeit wird abgenommen

Publicitas nimmt den Auftraggebern die vollständige administrative Arbeit des Inserierens ab, von der Verteilung eines Insertionsauftrages an beliebig viele Zeitungen und Zeitschriften des In- und Auslandes bis zur Erstellung einer einzigen Sammelabrechnung. Dank einem engmaschigen Filial- und Agenturnetz ist es allen Inserenten möglich, kurzfristig die Publicitas zu erreichen. Zur Dispositionsaufgabe gehört auch das Weiterleiten des Druckmaterials unter Berücksichtigung aller Vorschriften der einzelnen Zeitungen, Kontrolle der erschienenen Inserate auf Grösse, Erscheinungsweise, Druckqualität, Zustellung der Sammelrechnung mit allen Belegexemplaren. Der Kunde kann den gesamten Auftrag in einem Arbeitsgang buchen und bezahlen. Dies alles ohne zusätzliche Kosten für den Inserenten und zu den Originaltarifen und -rabatten der Werbeträger.

Im Dienste der Verleger

Publicitas dient aber nicht nur dem Inserenten, sondern auch den Zeitungen. Spezialisierte Mitarbeiter sind in der Lage, den Verlegern zeitraubende Vorbereitungsarbeiten abzunehmen und alle Unterlagen den Erfordernissen einer rationellen Auftragsabwicklung in der Druckerei anzupassen. Die Abrechnung der Inseratenaufträge pro Zeitung erfolgt monatlich. Sämtliche Dispositionen werden in einer einzigen Rechnung erfasst oder auf Wunsch detailliert aufgegliedert.

Es kommt sicher nicht von ungefähr, dass ein beachtlich grosser Teil der Zeitungen, Zeitschriften und Fachblätter der Publicitas die Verwaltung des Inseratenteiles übertragen haben. Diese Organe nutzen die gut ausgebaute Verkaufsorganisation und den rationellen, zuverlässigen Administrations-Service und sparen sich damit Akquisitions- und Verwaltungskosten. Dass der EDV heute ein ausserordentlich hoher Stellenwert zukommt, liegt bei der Vielzahl der gestellten und ausserordentlich komplexen Aufgaben auf der Hand. Unter diesem Aspekt konnte der Dienstleistungsgedanke der Publicitas entscheidend ausgebaut werden. Die im Computer gespeicherten Media-Informationen stellen ein wichtiges «Kapital» dar, um auf unzählige Fragen rund um das Inserat und seine Verbreitung die richtige und optimale Lösung anbieten zu können.

Aspekte der Zukunft

Das Jubiläum setzt deutlich Akzente in Richtung Zukunft. So soll das Projekt «Volet III» es der Publicitas ermöglichen, die von lokalen Aufgabestellen erfassten Inseratentexte direkt in die Satzsysteme ihrer Pachtzeitungen zu übermitteln und damit das Abtippen von Papier-Manuskripten in den Setzereien zu umgehen. «Volet III» befindet sich in der Einführungsphase auf örtlicher Ebene; die gesamtschweizerische Vernetzung ist im Verlauf des Jubiläumsjahrs geplant. Bis 1992 will die Publicitas ihr System anderen Gesellschaften und den unabhängig akquirierenden Zeitungen ebenfalls öffnen. Immerhin sind rund 100 der 1500 Mitarbeiter damit beschäftigt, neue Kommunikationspfade zu gehen, um den Informationsfluss und die Auftragsabwicklung zwischen dem Kunden, den zahlreichen Aussenstationen, dem Mutterhaus und den Verlegern zu optimieren.

Bis 1990 soll auch eine informatisierte Databank «Media» eingeführt sein, die z.B. Tariflisten für alle in der Schweiz erscheinenden Publikationen à jour führt. Dass die Publicitas auch im Jubeljahr ihre volle Aufmerksamkeit der Zukunftsentwicklung widmet, ist unübersehbar. Als grösster Werbevermittler in der Schweiz hat sie die 2-Milliarden-Umsatzgrenze mit mindestens 14 000 Aufträgen pro Tag und einem Kundenstamm von über 600 000 Namen überschritten. Dieses Vertrauen ist auch Verpflichtung für das neu begonnene Jahrhundert.

Publicitas in Zahlen und Stichworten

An der Spitze der Publicitas-Gruppe steht seit Jahresbeginn die PUBLICITAS HOLDING S.A. in Lausanne mit einem Aktienkapital von 25 Mio. Fr. und einem Partizipationsschein-Kapital von 6,25 Mio. Fr. Mit einem kleinen Stab von 37 Mitarbeitern obliegt ihr unter Aufsicht des Verwaltungsrates und unter Leitung von Generaldirektor Jean-Claude Gisling die Durchführung der konzeptionellen Geschäftsstrategie. Die wichtigste Tochter ist die PUBLICITAS SCHWEIZERISCHE WERBEGESELLSCHAFT S.A. in Lausanne mit einem Aktienkapital von 30 Mio. Fr. Diese Firma betreibt mit 1513 Mitarbeitern unter Generaldirektor Jean-Jacques Zaugg das schweizerische Inseratengeschäft. Eigenständig firmiert jetzt die PUBLICITAS (SERVICE INTERNATIONAL) AG in Basel mit einem Aktienkapital von 2 Mio. Fr. und 42 Arbeitnehmern. In eine besondere Gesellschaft ausgegliedert wurde ferner der Beratungs- und Informatikbereich des ehemaligen Stammhauses; zu diesem Zweck ist die CONSULTAS S.A. in Lausanne mit einem Aktienkapital von 0,5 Mio. Fr. und einem Mitarbeiterbestand von 65 Personen gegründet worden. Im weiteren sind der Publicitas Holding alle weiteren in- und ausländischen Beteiligungen und Interessen direkt angegliedert.